Deutscher Bundestag **Drucksache 19/16960**

19. Wahlperiode 27.01.2020

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Unterrichtung

durch die Deutsche Welle

Entwurf der Fortschreibung der Aufgabenplanung 2018 bis 2021 für das Jahr 2020*

Inhaltsverzeichnis

		Seite
Vorwort		2
1	**DW-Aufgabenplanung 2018-2021: Ziele und Schwerpunkte**	3
2	**Zwischenbilanz 2018-2019**	3
2.1	**Aktuelle Herausforderungen**	3
2.2	**Umsetzungsstand der Maßnahmen global**	4
2.3	**Umsetzungsstand der Maßnahmen in den Zielregionen**	7
2.4	**Sprachübergreifende Projekte und Maßnahmen**	13
3	**Finanzieller Rahmen**	15
4	**Ausblick**	16

* Am 15. November 2019 vom Rundfunkrat mit Zustimmung des Verwaltungsrates vom 16. Dezember 2019 beschlossen.

Zugeleitet mit Schreiben der Deutschen Welle vom 24. Januar 2020 gemäß § 4b des Deutsche-Welle-Gesetzes.

Vorwort

Die Deutsche Welle (DW) erstellt den Entwurf einer Aufgabenplanung für einen Zeitraum von vier Jahren. Diesen leitet sie gemäß § 4b (1) Deutsche-Welle-Gesetz in der jährlich fortgeschriebenen Fassung dem Deutschen Bundestag und der Bundesregierung zu.

Die Aufgabenplanung und ihre Fortschreibung werden durch den Rundfunkrat der Deutschen Welle mit Zustimmung des Verwaltungsrates beschlossen, unter Einbeziehung von Stellungnahmen des Deutschen Bundestages, der Bundesregierung sowie aus der Öffentlichkeit.

Auf Basis der am 28. September 2018 verabschiedeten Aufgabenplanung 2018 bis 2021 zielt deren Fortschreibung darauf ab, notwendige Anpassungen der geplanten Maßnahmen herzuleiten und zu kommunizieren. Neue Akzentuierungen erwachsen sowohl vor dem Hintergrund aktueller geopolitischer Entwicklungen als auch angesichts sich beschleunigt verändernder Strukturen, Akteure und Rahmenbedingungen auf den internationalen Medienmärkten. Meinungs- und Pressefreiheit geraten immer häufiger und stärker unter Druck. Darüber hinaus stellen die Digitalisierung und ein damit einhergehendes sich tiefgreifend veränderndes Mediennutzungsverhalten alle internationalen Informationsanbieter vor Herausforderungen, auf die sie zunehmend rasch und flexibel reagieren müssen.

Die Deutsche Welle stellt sich diesen Herausforderungen – mit einem für das Jahr 2019 um 24 Millionen Euro auf 350,5 Millionen Euro deutlich angehobenen Etat, den sie durch Zuweisungen der *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien* (*BKM*) erhält. Die Bundesregierung unterstreicht damit die Bedeutung einer verlässlichen, weltweit präsenten medialen Stimme aus Deutschland in Zeiten von zunehmenden internationalen Spannungen, Krisen und Konflikten, Desinformation, Propaganda, wachsendem Populismus und Nationalismus. Die in der Koalitionsvereinbarung verankerte Erhöhung des Etats ist ein wichtiger Schritt hin zu einer angemessenen und zukunftssichernden Finanzausstattung der DW. Sie ermöglicht der DW, ihren in der aktuellen Aufgabenplanung beschriebenen Kurs weiterzuverfolgen. Die DW geht davon aus, dass der Etat in den nächsten Jahren weiter wachsen wird.

Die Stärkung der DW geht einher mit personeller Kontinuität. Sowohl der Intendant, Peter Limbourg, als auch die Vorsitzenden des Rundfunkrates, Prälat Dr. Karl Jüsten, und des Verwaltungsrates, Peter Clever, sind in ihren Ämtern bestätigt worden.

Parallel zu den wachsenden geopolitischen Herausforderungen und den Entwicklungen auf den Medienmärkten sind auch die Anforderungen an die Arbeit der DW Akademie gestiegen. So dehnt sie ihr Aufgabengebiet auf weitere Länder aus und verstärkt ihr Engagement insbesondere in den Konfliktregionen der Welt, um Menschen Zugang zu unabhängigen Informationen und gesellschaftliche Teilhabe zu ermöglichen. Dabei setzt sie in der Ausbildung von Journalistinnen und Journalisten sowie bei der Vermittlung von Medienkompetenz vermehrt auf regionale Kooperationen zur nachhaltigen Sicherung von Qualitätsjournalismus in ihren Zielländern.

Die weiteren seither eingetretenen Entwicklungen und Veränderungen skizziert die vorliegende Fortschreibung für das Jahr 2020. Mit ihr informiert die DW darüber hinaus über die bisherige Umsetzung der für die Jahre 2018 bis 2021 formulierten Ziele und Schwerpunkte.

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

1 DW-Aufgabenplanung 2018-2021: Ziele und Schwerpunkte

Die Deutsche Welle definiert in der Aufgabenplanung für die Jahre 2018-2021 **drei Ziele**:

1. Die DW stärkt weltweit Meinungsfreiheit und Demokratie in Zeiten von Terror, Propaganda, Flucht und Migration.
2. Die DW steigert Wirkung und Relevanz ihrer Angebote.
3. Die DW steigert die Reichweite von 157 Millionen auf 210 Millionen wöchentliche Nutzerkontakte.

Um diese Ziele zu erreichen, konzentriert sich die Deutsche Welle bei ihren Maßnahmen auf folgende drei **Schwerpunkte**:

1. Journalistische Angebote stärker fokussieren
2. Umbau zum digitalen Medienunternehmen vollziehen
3. Meinungsfreiheit und Demokratie durch journalistische Angebote und die Vermittlung von Medienkompetenz stärken

Alle seit der Verabschiedung der Aufgabenplanung eingeleiteten Maßnahmen zielen darauf ab, die von der DW intendierte **Wirkungsabsicht** zu erfüllen:

> Die DW befähigt Menschen weltweit, sich auf Basis unabhängiger Informationen, verlässlicher Fakten und eines ungehinderten Austauschs eigene Überzeugungen zu bilden und diese in gesellschaftlichen Debatten zu vertreten.

Regionale Schwerpunkte setzt die DW für den Zeitraum der Aufgabenplanung auf Subsahara-Afrika und Asien. Mit Blick auf geopolitische Entwicklungen spielen die arabischsprachige Welt, Russland, die Ukraine und Lateinamerika eine zunehmend wichtige Rolle für die DW.

Als *Lingua Franca* ist Englisch – neben reichweitenstarken Weltsprachen – für viele Menschen der DW-Zielgruppe die wichtigste Angebotssprache der DW. Ein besonderer Schwerpunkt der programmlichen Anstrengungen liegt auf einer schärferen Profilierung und deutlicheren Regionalisierung der englischsprachigen Angebote – insbesondere für Afrika und Asien.

Die Förderung der deutschen Sprache gehört zum gesetzlichen Auftrag der DW. Zentrales Angebot hierfür bleiben die in der Verantwortung der DW Akademie erstellten Deutschkurse. Um den Bedürfnissen und Wünschen der Deutschlernenden und -lehrenden noch besser gerecht zu werden, wird die bereits begonnene technologische Modernisierung der Deutschlernangebote weitergeführt – sowohl hinsichtlich des Ausbaus ihrer mobilen Verfügbarkeit als auch mit Blick auf die Erweiterung des Sprachenportfolios. Darüber hinaus wird die DW auch künftig ein Kultur-TV- und Online-Angebot auf Deutsch produzieren.

2 Zwischenbilanz 2018-2019

2.1 Aktuelle Herausforderungen

Die **weltpolitischen Rahmenbedingungen** sind weiterhin durch Terror, Propaganda, Flucht und Migration sowie zunehmende Krisen und Konflikte gekennzeichnet. Auch länger ruhende Konflikte wie der zwischen Indien und Pakistan um die Kaschmir-Region brechen wieder auf. Eine neue Dimension haben die wirtschaftlichen Konflikte vor allem zwischen den USA und China, aber auch zwischen den USA und europäischen Verbündeten wie Frankreich

und Deutschland erreicht. Gleiches gilt für die inzwischen globale Diskussion zu den Auswirkungen des Klimawandels und den notwendigen Maßnahmen zum Klimaschutz. Zusätzliche politische und wirtschaftliche Belastungen drohen durch den Brexit.

Vergrößert werden diese Gefahren durch zunehmenden Populismus in Europa, aber auch darüber hinaus, beispielsweise in Brasilien. In Europa erscheint eine Spaltung zwischen den von Populisten regierten Staaten und den übrigen EU-Ländern möglich. Durch völkischen Nationalismus und Betonung nationaler Eigeninteressen drohen nachhaltige Beschädigungen der demokratischen Kultur. Fragile Demokratisierungsprozesse wie beispielsweise in Äthiopien bzw. der Kampf um die Erhaltung demokratischer Strukturen wie derzeit in Hongkong werden dadurch zusätzlich erschwert.

Nicht zuletzt bedingt durch den erstarkenden Populismus steigt im **globalen Medienumfeld** die Verbreitung von Desinformation bzw. gezielter Falschinformation. *Fake News* ist zu einem politischen Kampfbegriff geworden. Hassbotschaften und Propaganda finden zunehmend Anklang in virtuellen Resonanzräumen. Demokratische Prozesse werden verzerrt, weil es oft schwerfällt, die Glaubwürdigkeit von Quellen zu beurteilen.

In diesem Umfeld erodierenden Vertrauens in etablierte Medien ist Qualitätsjournalismus wichtiger denn je. Bei aller Bedeutung von Schnelligkeit bleiben Recherche, Quellentransparenz und Verifizierung die wichtigsten Bausteine der journalistischen Arbeit der DW. Um ihrer zunehmenden Bedeutung als glaubwürdige Quelle gerecht zu werden, wird sie der Verifizierung von Inhalten auch in Zukunft eine hohe Bedeutung beimessen.

Im Rahmen des Ausbaus originärer Inhalte erlangt auch die investigative Recherche zunehmende Bedeutung. Einschränkungen der Meinungs- und Pressefreiheit – auch in manchen europäischen Ländern gerät Pressefreiheit zunehmend unter Druck – erschweren dies. Gefährdet wird die Meinungs- und Pressefreiheit auch durch einen in zahlreichen Ländern erkennbar beschleunigten Monopolisierungsprozess der Medien. Internationale Sender wie die DW stehen deshalb in einer wachsenden Verantwortung, der sie und ihre Akademie auf vielfältige Weise Rechnung tragen:

2.2 Umsetzungsstand der Maßnahmen global

Die Deutsche Welle hat die in der Aufgabenplanung 2018 bis 2021 beschriebenen Ziele und Vorhaben konsequent weiterverfolgt – mit großem Erfolg, wie die aktuellen **Nutzungszahlen** zeigen. Weltweit nutzten 2019 wöchentlich 197 Millionen Menschen die Angebote der DW. Die aktuelle Reichweite entspricht einem deutlichen Wachstum von 35 Millionen beziehungsweise 22 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Der ausgesprochen hohe Reichweitenzuwachs ist auf einen deutlich stärkeren Abruf der Online-Angebote zurückzuführen, die inzwischen von rund 61 Millionen Menschen wöchentlich genutzt werden. Dies entspricht einem Zuwachs um 24 Millionen, also etwa zwei Dritteln des gesamten Reichweitenzuwachses – ein Erfolg, der in erster Linie auf die konsequente Umsetzung der Digitalstrategie zurückzuführen ist. Ein weiterer Mediennutzungstrend manifestiert sich in den Zuschauerzahlen: Wöchentlich nutzen 99 Millionen Menschen die TV-Angebote der DW, zehn Millionen mehr als im Vorjahr. Dieser Zuwachs geht in erheblichem Maß auf *DW Premium* zurück, eine Angebots- und Vertriebsstruktur, in deren Rahmen Schalten, TV-Beiträge, Webvideos und Social-Media-Inhalte ausgewählten Partnern zur Verfügung gestellt werden. Sie ermöglicht es der DW, das Potenzial an Partnern

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

deutlich stärker auszuschöpfen – hier zeigen sich Afrika und Lateinamerika als die stärksten Wachstumsmärkte. Die Radionutzung ist um eine Million auf 37 Millionen angestiegen – 95 % der Radiohörerinnen und -hörer der DW-Angebote leben in Subsahara-Afrika, 90% der Radionutzung erfolgt über UKW-Partner.

Anzahl wöchentlicher Nutzerkontakte pro Medium, Stand 2019
* im Vergleich zu 2018
Quelle: DW-eigene Hochrechnung

Als weiterer Erfolgsfaktor im Bemühen um zielgruppengerechtere, stärker regionalisierte Angebote erweist sich die deutliche Ausweitung des Korrespondentennetzes: Um mehr originäre Inhalte und exklusive Geschichten anbieten zu können, hat die DW insbesondere in den Prio-Zielregionen Afrika und Asien vermehrt Korrespondenten und Korrespondentinnen eingesetzt sowie die Einrichtung weiterer Büros vorangebracht: So wurde in diesem Jahr ein Korrespondentenplatz in Kapstadt eingerichtet, das bereits bestehende Büro in Neu Delhi wird ausgebaut. Für 2020 plant die DW den Aufbau eines Büros in Jakarta. Das in diesem Jahr neu eröffnete Büro in Beirut dient der gemeinsamen Nutzung durch DW und DW Akademie, ebenso das mittelfristig geplante Büro in Addis Abeba. Darüber hinaus wird die DW ihre Präsenz auf dem europäischen Markt mit einem Büro in Sarajevo stärken.

Das starke **Reichweitenwachstum** ist ein eindrücklicher Beleg dafür, dass die DW den richtigen Kurs eingeschlagen hat: So hat sie im Rahmen ihrer **Digitalstrategie** erhebliche Anstrengungen unternommen, um ihre Angebote konsequent an die digitalen Nutzungsszenarien ihrer Zielgruppen anzupassen. Hierzu zählt, dass sie auf Basis differenzierter Plattformstrategien ihre Social-Media-Angebote spezifisch für die jeweiligen Plattformen produziert und die Auswahl der Plattformen an die sich verändernden Nutzungspräferenzen der jeweiligen Zielgruppen anpasst. Konsequent datenbasiertes Arbeiten ermöglicht es den Redaktionen, Kenntnis über die Interessen und Bedürfnisse der Nutzenden zu erlangen und ihre Angebote darauf auszurichten. Entsprechend den Bedürfnissen der Nutzerinnen und Nutzer hat die DW ihr Bewegtbild-Angebot stärker ausgebaut und die visuelle Qualität ihrer Angebote deutlich verbessert. Diese Maßnahmen schlagen sich in einer markant gesteigerten Nutzung nieder: Mit Blick auf die Online-Angebote werden rund drei Viertel der Aufrufe durch Videos erzielt, derzeit wichtigster Verbreitungsweg ist *Facebook*. Hierüber wird über die Hälfte der Online-Nutzung generiert – über die Accounts der einzelnen Sendesprachen, am meisten jedoch über *Facebook*-Partnerschaften. Starkes Wachstum verzeichnen auch andere DW-Social-Media-Plattformen, als stärkster Nutzungstreiber erweist sich der Ausbau des *Youtube*-Angebots. Mit steigender Tendenz werden digitale Inhalte mobil genutzt. Um diesem Nutzungstrend zu entsprechen, hat die DW die Bereitstellung ihrer Angebote nach dem in der aktuellen Aufgabenplanung

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

formulierten Anspruch *mobile first* optimiert: Die mobile Website wurde grundlegend überarbeitet, auch Radio- und TV-Inhalte sind nun vollständig mobil verfügbar. Gleichzeitig gilt das Diktum *on demand first*. Vor dem Hintergrund der wachsenden Bedeutung von on-demand-Angeboten wird die DW eine Strategie entwickeln, um die steigende Nachfrage nach Inhalten zu befriedigen, die für dieses Nutzungsszenario geeignet sind.

Mit Blick auf ihre **globalen journalistischen Angebote** – Englisch und Deutsch – zählt die **Neuausrichtung des englischen TV-Kanals** zu den wichtigsten Maßnahmen: Der neu profilierte und programmierte Kanal richtet den Fokus seit Beginn des Jahres deutlich *auf News and Current Affairs* und richtet sich klarer an die Zielregionen Afrika und Asien. Im Zuge der Neuausrichtung wurde das Nachrichtenangebot stark ausgebaut, insbesondere zu den regionalen Primetimes in den Prio-Zielregionen Afrika und Asien. Die Schließung der europäischen Nachtlücke ermöglicht es der DW nun, den Zuschauerinnen und Zuschauern in Asien nachrichtliche Inhalte live rund um die Uhr zu bieten. Neue werktägliche Nachrichtenformate – *DW News Africa* und *DW News Asia* – mit Moderatorinnen und Moderatoren aus den beiden Kontinenten kommen dem wachsenden Bedürfnis der Zuschauer nach mehr regionalisierten Inhalten ebenso entgegen wie der Ausbau von TV-Schalten. Die deutliche Ausweitung ihres Korrespondentennetzes ermöglicht es der DW nun stärker als bisher, den Zielgruppen mehr eigenproduzierte, regionalisierte Inhalte zu bieten und in Breaking-News-Situationen schneller reagieren zu können.

Das nachrichtenorientierte Programm bietet darüber hinaus nun neue, dem Informationsinteresse der regionalen Zielgruppen angepasste **Formate**. Mit dem neuen Jugendmagazin *The 77 Percent* richtet sich die DW gezielt an die junge Bevölkerungsmehrheit auf dem afrikanischen Kontinent. In den Bereichen Wirtschaft und Umwelt wurde der Anteil an regionalisierten Inhalten konsequent erhöht. Insbesondere Umweltthemen spielen global eine große Rolle, auch die asiatischen Zielgruppen zeichnen sich durch ein hohes Interesse an diesem Themenfeld aus. Analog zu dem bereits erfolgreich etablierten Umweltmagazin für Afrika *(Eco Africa)* wurde dem Interesse der Zielgruppen entsprechend das Magazin *Eco India* eingeführt – mit großem Erfolg, wie erste Forschungsergebnisse zeigen. Für das bereits bestehende Wirtschaftsformat wurden ebenfalls regionalisierte Sendungen eingeführt: *Business Africa* und *Business Asia*. Auch die Wissenschaftsredaktion richtet das Angebot noch stärker auf die Zielgruppen aus, indem sie Aufklärung und Prävention zu gesellschaftlich wichtigen Gesundheitsthemen bei den Magazininhalten stärker in den Fokus rückt. Webvideos zu Wissenschaftsthemen werden auch gemeinsam mit anderen DW-Sprachredaktionen konzipiert und erzielen regelmäßig als adaptierte Versionen eine hohe Nutzung. Darüber hinaus wird das gesamte Kulturangebot der DW auf allen Ausspielwegen klarer profiliert und kontinuierlich weiterentwickelt. Nach dem erfolgreichen Start des täglichen TV-Formats *Arts and Culture* zeigt unter anderem der deutliche Reichweitengewinn der TV-Sendung *Euromaxx* das Potenzial einer konsequenten Profilschärfung.

Um Kosten und Nutzen des Angebots zukunftsgerichtet in Einklang zu bringen, wird das Angebot der DW-**Sport**redaktion neu ausgerichtet. Hierzu gehört unter anderem die Reduzierung reiner Ergebnisberichterstattung im englischsprachigen TV-Kanal sowie die Einstellung der aktuellen Sportberichterstattung im deutschsprachigen TV-Kanal zu Beginn des kommenden Jahres. Die DW plant, die Sportangebote stärker auf digitale Plattformen auszurichten und eine **höhere Anschlussfähigkeit** an die Interessen der Nutzenden, vor allem in den Prio-Zielregionen Afrika und Asien, zu gewährleisten. Darüber hinaus sollen die gesellschaftlich relevanten Aspekte des Sports wie *Women Empowerment* oder das Verhältnis von Sport und Religion noch deutlicher in den Vordergrund gerückt werden. Zudem stärkt die Sportredaktion ihre Präsenzen auf *Instagram* und *Youtube*.

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Darüber hinaus hat die DW ihre **englisch- und deutschsprachigen Online-Angebote** optimiert: Im Sinne einer schärferen inhaltlichen Profilierung der Angebote wurden die Markenkernthemen „Wissen“, „Dialog“ und „Freiheit“ noch deutlicher akzentuiert. Zudem wurde die Visualität der Webseiten verbessert. Auf Basis ihres journalistischen Profils wurden ebenfalls die Social-Media-Kanäle *DW News* (*Facebook*, *Twitter*), *DW News* (*Instagram, vormals: DW Stories*) und *DW English* (*Youtube*) zielgruppengerechter gestaltet.

In ihrem Bestreben, **Frauen** künftig stärker in ihren Zielgruppenfokus zu nehmen, startete die DW in ihrem englischsprachigen Angebot unter anderem einen Facebook-Kanal: *DW Women* spricht alle Nutzerinnen und Nutzer an, die sich weltweit für Gleichstellung der Geschlechter, sozialen Wandel und politische Teilhabe von Frauen stark machen. *Women Empowerment* ist ein Profilthema der DW, ein starker roter Faden, der sich durch das gesamte Angebot zieht. Exemplarisch hierfür steht das mit Projektmitteln geförderte Angebot *Weil ich eine Frau bin*, das als Kontrapunkt zu den arabischen Mainstream-Medien – jenseits von Boulevard und Lifestyle – mutige, selbstbewusste arabische Frauen mit ihren persönlichen Lebensgeschichten und Schicksalen vorstellt. Darüber hinaus setzt die DW vermehrt Moderatorinnen im programmlichen Angebot ein und baut DW-Journalistinnen als Dialogpartnerinnen in sozialen Medien auf – hierzu zählt beispielsweise der *Facebook*-Account der beliebten lateinamerikanischen Moderatorin Pia Castro.

2.3 Umsetzungsstand der Maßnahmen in den Zielregionen

Um mit relevanten Inhalten mehr Menschen in den Zielregionen zu erreichen und so die von ihr intendierte Wirkungsabsicht zu erzielen, hat die DW ihre Angebote in allen Zielregionen den sich verändernden Rahmenbedingungen angepasst und stärker auf die Interessen der Nutzerinnen und Nutzer ausgerichtet. Im Folgenden werden die wesentlichen Veränderungen in den Zielmärkten und die jeweiligen strategischen Maßnahmen der DW und der DW Akademie überblicksartig beschrieben:

Wie die aktuellen Reichweitenmessungen eindrücklich belegen, steigt die Bedeutung von TV zur Informationsbeschaffung insbesondere für die urbanen Zielgruppen **Afrikas**. Wettbewerber, insbesondere die *BBC*, verstärken dementsprechend ihre Aktivitäten durch einen deutlichen Ausbau ihres Angebots an afrikaspezifischen englisch- und regionalsprachigen TV-Sendungen. Vor diesem Hintergrund hat die DW ihr Partnernetz ausgebaut und neben zusätzlichen regionalisierten TV-Formaten für den englischsprachigen Kanal das Volumen an Schalten deutlich erhöht – auch in den regionalsprachigen Angeboten. Zunehmend werden DW-Journalistinnen und -Journalisten als Expertinnen und Experten live in Sendungen großer Partner geschaltet – ein Erfolg von *DW Premium*. Radio-Angebote werden insbesondere von den DW-Zielgruppen in Subsahara-Afrika weiterhin intensiv zur Informationsbeschaffung genutzt – am stärksten die haussa-, kisuaheli- und englischsprachigen Angebote. Parallel dazu spielen soziale Medien in den afrikanischen Zielregionen eine dominierende Rolle. Die DW hat daher ihre Audioinhalte als Social Radio in allen Sprachen konsequent mit den sozialen Medien verknüpft und dialogorientiert ausgebaut. Damit trägt sie auch einer globalen Entwicklung Rechnung: Dank digitaler Technologien wandeln sich Radio-Angebote zunehmend zu Audio-Angeboten, die eine Vielzahl von Distributions-, Gestaltungs- und Nutzungsmöglichkeiten aufzeigen (etwa Podcasts oder Skills für Smart Speaker). Angesichts der hohen Popularität des sozialen Netzwerks haben alle Afrikasprachen der DW ihre *Facebook*-Auftritte gestärkt, insbesondere durch plattformspezifische Video-Inhalte. Um der zunehmenden Bedeutung der Plattformen Rechnung zu tragen,

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

führte die DW zu Beginn dieses Jahres den englischsprachigen *Youtube*-Kanal *DW Africa* sowie einen *Instagram*-Account für das Haussa-Angebot ein.

Mit Blick auf die herausfordernde Wettbewerbssituation und um dem Bedürfnis ihrer Zielgruppen nach mehr regionalisierten Inhalten Rechnung zu tragen, hat die DW vor allem in Afrika ihr Korrespondentennetz deutlich ausgeweitet. Insbesondere in Äthiopien, dem zweitbevölkerungsreichsten Land Afrikas, konnte sie die Zahl an lokalen Korrespondentinnen und Korrespondenten deutlich erhöhen. Dies ermöglicht es ihr, den schwierigen Transformationsprozess des Landes mit ausgewogener Berichterstattung zu begleiten. Nachdem die DW ihr Programm jahrzehntelang nur über die zeitweise von der äthiopischen Regierung blockierte Kurzwelle senden konnte, ist das populäre Amharisch-Programm nun auch über UKW empfangbar. Neben Radio-Partnerschaften konnte die DW bereits Online- und *Facebook*-Partnerschaften abschließen sowie erste TV-Schalten initiieren. Um die größte Ethnie des Landes sowohl an den Informations- als auch Dialogangeboten der DW teilhaben zu lassen, erscheint ein nachhaltiger Ausbau ihres regionalsprachigen Angebots um Afaan Oromoo, insbesondere mit Blick auf die im kommenden Jahr anstehenden Wahlen, sinnvoll. Die stärksten Wettbewerber der DW, *VOA* und *BBC,* bieten bereits ein umfangreiches, ethnisch ausgewogenes Sprachenangebot. Ein zusätzliches Sprachangebot wäre für die DW jedoch nur mit einem deutlichen Mittelaufwuchs realisierbar.

Das bis 2018 autokratisch regierte Äthiopien ist darüber hinaus seit 2019 ein Fokusland der DW Akademie. Die Vermittlung journalistischer Kompetenz und professioneller Standards sowie die nachhaltige Etablierung journalistischer Qualität stehen dabei ebenso im Mittelpunkt ihrer Aktivitäten wie der Ausbau der Präsenz vor Ort: Im Sinne einer engeren Zusammenarbeit der DW und ihrer Akademie ist die Eröffnung eines gemeinsamen Büros in Addis Abeba geplant. In Subsahara-Afrika unterhält die DW Akademie derzeit Büros in Namibia, Uganda, Ghana und Burkina Faso.

Neben der Aus- und Fortbildung von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zur Vermittlung von Medienkompetenz an junge afrikanische Zielgruppen zielt die Arbeit der DW Akademie mit Bürgerreporterinnen und -reportern darauf ab, besonders Menschen in ländlichen Regionen eine Stimme zu geben und ihnen Teilhabe am sozialen und wirtschaftlichen Leben zu ermöglichen. Darüber hinaus ist die Förderung der Kreativwirtschaft auf dem afrikanischen Kontinent ein neuer Schwerpunkt der DW Akademie – auch hier schlägt sie die Brücke zu den journalistischen Angeboten der DW, die im Sinne eines lösungsorientierten Journalismus auf Themen setzen, die nah an der Lebenswirklichkeit der jungen Zielgruppen sind, ihnen Perspektiven aufzeigen und sie zu Diskussionen anregen.

Mit Blick auf ihre Angebote für **Asien** nimmt die DW angesichts der sich verändernden Mediennutzung in den asiatischen Märkten eine deutliche Akzentverschiebung in Richtung digitale Angebote, insbesondere soziale Medien, und TV vor. Dabei richtet sie den Fokus auf eine Ausweitung des Volumens an regionalisierten Inhalten. Möglich wird dies auch hier durch die Stärkung ihres Korrespondentennetzes sowie den Ausbau des Büros in Neu Delhi. Das neu eröffnete Büro wird als gemeinsamer Standort für die englischsprachige Berichterstattung für TV/Video, Online und Social Media sowie die Regionalsprachen Hindi, Bengali und Urdu ausgebaut. Um auch in Südostasien ihre Präsenz zu stärken, plant die DW die Eröffnung eines Büros in Jakarta. Zusammen mit dem bereits bestehenden Büro in Taipeh entsteht auf diese Weise ein asiatisches Büronetzwerk für die Berichterstattung aus und für Süd-, Südost- und Ostasien in Englisch sowie den wichtigsten DW-Angebotssprachen des asiatischen Kontinents. Damit wird dem geplanten sukzessiven Ausbau der Produktion vor Ort in hohem Maße Rechnung getragen.

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Das gemeinsam mit dem indischen Partner *Scroll* produzierte neue englischsprachige Umweltmagazin *Eco India* ist ebenfalls ein wichtiger Schritt, um die TV-Präsenz der DW in dem bevölkerungsreichsten Land Asiens auszubauen. Um den Interessen der Zielgruppen möglichst umfänglich zu entsprechen, kommt neben der inhaltlichen Regionalisierung auch der Ausweitung regionalsprachiger Angebote eine wichtige Rolle zu. Aus diesem Grund startete in diesem Jahr eine hindisprachige Version des Magazins – in Indien sprechen mehr als 600 Millionen Menschen Hindi. Angesichts der zunehmenden Bedeutung von on-Demand-Angeboten beabsichtigt die DW, diese Formate künftig auch auf OTT-Plattformen (over-the-top-content) zu platzieren – die größte Plattform des Landes, *Hotstar*, hat bereits ihre Übernahme zugesagt.

Mit Blick auf soziale Medien haben die Regionalsprachen Hindi, Bengali und Indonesisch ihren Fokus erfolgreich auf *Youtube* ausgerichtet. Die regionalsprachigen Angebote für Afghanistan und Pakistan, Dari und Paschtu, haben ihr Radio-Angebot in diesem Jahr eingestellt, das Urdu-Radio-Angebot wurde reduziert. Angesichts der sich verändernden Mediennutzung und damit einhergehender zum Teil drastischer Einbrüche der Radio-Reichweiten haben die Redaktionen ihre Social-Media-Angebote gestärkt und planen ihre TV-Präsenz auszubauen.

Vor allem junge Menschen nutzen in den asiatischen Ländern soziale Netzwerke zur Informationsbeschaffung. Hier sind sie oftmals schutzlos Falschinformationen und Hasssprache ausgesetzt. Das mit Mitteln des *Auswärtigen Amtes* geförderte Projekt *Kampf um die Köpfe* zielt darauf ab, extremistischen Narrativen, die in sozialen Medien verbreitet werden, Alternativkonzepte entgegen zu stellen. Die DW Akademie vermittelt im Rahmen ihrer *Media and Information Literacy*-Programme vor allem jungen Menschen die Kompetenz, mit Quellen kritisch und verantwortungsvoll umzugehen und sich in den Sozialen Medien eine Stimme zu verschaffen. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Qualifizierung von Journalistinnen und Journalisten. Hier richtet sie den Fokus auf die Vermittlung des journalistischen Handwerks wie Recherche und Verifizierung von Informationen, crossmediales Storytelling, rechtliche Rahmenbedingungen und Sicherheit. Dabei konzentriert sie ihre Aktivitäten vor allem auf Bürgermedien und Medien ethnischer Minderheiten.

In den für die DW prioritären Zielländern innerhalb der Gemeinschaft unabhängiger Staaten (GUS), **Russland und Ukraine**, verschlechtert sich die Lage der Presse- und Meinungsfreiheit und damit auch die Rahmenbedingungen für ausländische Informationsanbieter teils drastisch. In der Ukraine sind auch nach dem Regierungswechsel viele Medien nach wie vor in der Hand von Oligarchinnen und Oligarchen und richten ihre Inhalte an deren Interessen aus. In Russland wird unabhängige Berichterstattung durch die Verschärfung von Gesetzen zunehmend eingeschränkt. Um die Glaubwürdigkeit internationaler Informationsanbieter zu untergraben, diskreditiert die Regierung deren Berichterstattung, vielfach werden sie Opfer hetzerischer Kampagnen. Jüngstes Beispiel für die DW sind die haltlosen Propaganda-Vorwürfe seitens des russischen Außenministeriums im Zusammenhang mit der Berichterstattung über die Moskauer Proteste. Dennoch behauptet sich die DW in diesem schwierigen, restriktiven Marktumfeld – die Nutzung ihrer Angebote ist im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. So macht die TV-Nutzung knapp zwei Drittel der Gesamtnutzung der Angebote in der GUS aus. Diese wird fast ausschließlich über die Russisch- und Ukrainisch-Angebote erzielt. Das Informationsangebot wird auf *Youtube* von dem Satireformat *Zapovednik* flankiert. Die *Zapovednik*-Videos erzielen hohe Nutzungs- und Engagement-Werte. Inzwischen nutzt die DW-Zielgruppe digitale Medien ebenso intensiv wie TV-Angebote. Deutlich gestiegen ist die Bedeutung von *Youtube*. Deshalb hat die DW das Profil ihres russischsprachigen Hauptkanals geschärft und fokussiert sich dort auf

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

aktuelle Themen. Für Dokumentationen und Reportagen hat sie einen neuen Kanal eingeführt. Auch das Profil des ukrainischsprachigen Kanals wurde geschärft. Die Aktivitäten auf den *Facebook*-Accounts von Russisch und Ukrainisch werden fortgeführt und entsprechend den Erwartungen der Nutzenden optimiert. Darüber hinaus intensiviert die russischsprachige Redaktion der DW ihre Aktivitäten bei dem Messenger-Dienst *Telegram*.

Vor dem Hintergrund der besonders schwierigen Rahmenbedingen für Medienschaffende liegt ein besonderer Schwerpunkt der Aktivitäten der DW Akademie in einer Stärkung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Ukraine. Neben journalistischen Qualifizierungsmaßnahmen stärkt sie auch die Bürgermedien sowie die Medienkompetenz der Menschen in der Konfliktregion.

Pressefreiheit und damit unabhängiger, objektiver Journalismus stehen in der **Türkei** weiterhin massiv unter Druck. Dies gilt zunehmend auch für ausländische Medien, die aktuell immer häufiger mit Akkreditierungsproblemen konfrontiert werden. Darüber hinaus lehnen potenzielle Partner die Zusammenarbeit mit unabhängigen westlichen Informationsanbietern vermehrt ab. Daher weichen viele Informationsanbieter in den Online-Bereich aus, zumal die türkische Bevölkerung digitale Angebote intensiv nutzt.

Mit dem Ziel, eine unabhängige, glaubwürdige Berichterstattung sowie Meinungsfreiheit und -vielfalt zu stärken, hat die DW im April dieses Jahres zusammen mit den großen westlichen Auslandssendern *BBC*, *France 24* und *Voice of America* (*VOA*) ein neues Angebot für die Türkei gestartet: *+90* ist ein *Youtube*-Kanal, der sich an ein türkischsprachiges Publikum richtet, das Interesse an politischen und gesellschaftlichen Themen hat. Der ausgesprochen erfolgreiche Start des Kanals (150.000 Abonnenten innerhalb von fünf Monaten), der eine Plattform für Dialog ist und so zu einem besseren gegenseitigen Verständnis beitragen soll, setzt sich fort: Bis heute wurden 20 Videos jeweils mehr als 100.000 mal abgerufen, das beliebteste Video verfügt über knapp eine Million Views. Neben der Fortführung wäre daher eine Erweiterung der Kooperation in Richtung eines gemeinsamen TV-Kanals erstrebenswert.

Darüber hinaus optimiert die DW auch ihre eigenen Angebote auf Türkisch. Dabei konzentriert sie sich auf die Berichterstattung zu ihren Profilthemen auf *Youtube*, *Facebook* und *Twitter*. Neu eingeführt wurde unter anderem die Nachrichtensendung *DW Haber*. Die Redaktion optimiert außerdem die erfolgreiche Talksendung *Bire Bir*. Dieses Format wird in Istanbul produziert.

Daneben stellt sich die DW den aus zunehmenden Zensur- und Blockademaßnahmen resultierenden Herausforderungen, unter anderem durch den Einsatz von *Psiphon*, einer Software zur Zensurumgehung. So konnte die DW in **China** trotz des schwierigen Marktumfelds durch umfangreiche Zensur- und Blockademaßnahmen ihre Anstrengungen für das bevölkerungsreichste Land der Erde erfolgreich verstärken. Durch die Eröffnung des Büros in Taipeh im Frühjahr 2018 sind die DW-Journalistinnen und -Journalisten nun näher am Geschehen, können schnell reagieren und berichten aus erster Hand, so dass auch immer mehr Menschen in Taiwan und Hongkong die DW nutzen. Das neue Büro in Taipeh, politische Ereignisse wie der Handelsstreit zwischen den USA und China oder die Proteste in Hongkong haben dazu beigetragen, dass sich die Nutzung des chinesischen Angebots der DW innerhalb eines Jahres fast verdoppelt hat – dank gestiegener Zugriffe sowohl aus Festlandchina als auch aus Hongkong und Taiwan. Dies zeigt, dass die Chinesinnen und Chinesen gerade in Krisensituationen die Zensur zu umgehen wissen und die Angebote der DW als verlässliche Quelle wahrnehmen.

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

In Festlandchina ist es gelungen, englischsprachige Videos mit chinesischen Untertiteln auf großen chinesischen Videoplattformen zu platzieren.

Auch im **Iran** unterliegen alle Medien umfassender staatlicher Kontrolle, Zensur- und Blockademaßnahmen erschweren den Zugang zu freien Informationen. Um das hohe Interesse an kritischer Berichterstattung und alternativen Sichtweisen zu befriedigen, informiert die DW über *Psiphon* und erläutert in Erklärvideos den Umgang mit der Software zur Zensurumgehung. Darüber hinaus richtet sie einen Angebotsfokus auf das im Iran ausgesprochen beliebte soziale Netzwerk *Instagram*. Insgesamt legt das erfolgreiche Farsi-Angebot der DW seinen Schwerpunkt auf die von der Zielgruppe favorisierten mobilen Ausspielwege.

Die **arabischsprachigen TV- und Online-Angebote** zählen zu den erfolgreichsten der DW. Besonders die Online-Nutzung ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Sehr prominent ist dabei *Shabab Talk*, sowohl in TV als auch in Social Media. Das erfolgreiche, mit Fördermitteln des *Auswärtigen Amtes* unterstützte Format wurde beendet und durch das neue, weiter den Zielgruppeninteressen angepasste Format *Jaafar Talk* ersetzt. Die neue Sendung ist nun expliziter auch für die digitale Nutzung optimiert. Der gelungene Sendestart manifestiert sich in beeindruckenden Nutzungszahlen: So entfielen im ersten Monat nach Sendestart bereits rund 65 Millionen Views auf die Videos, die auf den arabischen Social-Media-Accounts der DW und bei Partnern gepostet wurden. Die Nutzenden kommentierten, teilten und likten diese in dem Zeitraum auf den Accounts der DW allein über 900.000 Mal. Auch *Sulta 5* wurde überarbeitet und stellt nun als Submarke von *DW Arabia* eine Reportage- und Debattenplattform auf *Facebook, Instagram* und *Youtube* dar. Neben *Facebook* gewinnen in der arabischsprachigen Welt vor allem bei jungen Menschen *Youtube* und *Instagram* immer mehr an Bedeutung, so dass die DW ihre Aktivitäten hier verstärkt. Erfolgreich ist auch der *Youtube*-Kanal *DW Arabia*, vor allem dank plattformspezifischer Videos. Ebenfalls erfolgreich ist der neu eingeführte arabischsprachige Dokumentationskanal auf *Youtube*. Wichtig für das Wachstum sind aber auch die Partnerschaften der DW, insbesondere bei Videos, die von starken *Facebook*-Partnern übernommen werden.

Dabei baut die DW auch in der arabischen Welt ihre regionalen Inhalte und ihre Präsenz vor Ort aus, unter anderem mit einem Büro in Beirut, das von Korrespondentinnen und Korrespondenten des Programms und Mitarbeitenden der Akademie gemeinsam genutzt wird. Die DW Akademie verfügt zudem schon seit einigen Jahren über ein Projektbüro in Tunis.

In **Lateinamerika** baut die DW ihre **spanischsprachige Berichterstattung** zu gesellschaftlich relevanten und kontroversen Themen aus dem Zielgebiet aus. Ein wichtiger Schritt hierfür war die Einrichtung eines Korrespondentenbüros in Bogotá im vergangenen Jahr. Während des sich zuspitzenden Machtkampfs in Venezuela produzierte die DW mehrere Monate lang eine tägliche Sondersendung, deren Inhalte auch über *Twitter*, *Youtube* und dw.com verfügbar waren. Ende vergangenen Jahres startete zudem die regionalisierte Sendung *Fuerza Latina*, in der gesellschaftlich stark engagierte, lateinamerikanische Frauen proträtiert werden. Ebenfalls neu ist das Koch- und Ernährungsmagazin *Con sabor y saber*, das mit einem besonderen Blick auf die Region unter anderem Themen wie Gesundheit, Umweltschutz und Nachhaltigkeit behandelt.

Neben mehr selbst erstellten, originären Inhalten aus der Region zählen *DW Premium*-Schalten zu Partnern in Lateinamerika zu den Wachstumstreibern des spanischen TV-Angebots. Besonders hohe TV-Reichweiten erzielt die DW in Mexiko, Kolumbien und Venezuela. Die Einführung des spanischen *Youtube*-Kanals *DW Documental* hat zu einem spürbaren Wachstum der Online-

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Nutzung beigetragen. Auch der informationsorientierte *Youtube*-Kanal *DW Español* verfügt inzwischen über mehr als 500.000 Abonnenten.

Angesichts der wachsenden politischen Verwerfungen in **Brasilien** erweitert die DW ihr portugiesischsprachiges Online-Angebot an hintergründigen Analysen zu drängenden gesellschaftlichen Fragen und Geschehnissen. Hier stößt vor allem die deutsche Perspektive auf die Entwicklung in Brasilien auf hohes Interesse. Um von der hohen und weiter steigenden Online-Nutzung in Brasilien zu profitieren, verstärkt die Redaktion auch ihr Engagement auf sozialen Medien. Vor allem auf *Youtube* konnte die DW die Nutzung ihrer Angebote steigern.

Mit Blick auf die Rahmenbedingungen für Journalisten zählen mangelhafte Ausbildung, fehlende Sicherheit, unausgewogene Berichterstattung und Medienkonzentration zu den Hauptproblemen vieler Länder Lateinamerikas. Die DW Akademie leistet hier einen wichtigen Beitrag zum Aufbau und zur Konsolidierung vielfältiger, unabhängiger Mediensysteme. Darüber hinaus bietet sie zahlreiche Qualifizierungsmaßnahmen für Medienschaffende, so beispielsweise in Bolivien, wo sie ein praxisorientiertes duales Ausbildungsprogramm für Journalistinnen und Journalisten etabliert. In Kolumbien und Zentralamerika unterstützt die DW Akademie Bürgerradios und andere lokale Initiativen in ihren Bemühungen, benachteiligten Bevölkerungsgruppen eine Stimme zu geben. In Mexiko, einem neuen Fokusland der Akademie, ist die Sicherheit von Journalistinnen und Journalisten das zentrale Thema ihres Engagements.

Europa gehört zu den Regionen, in denen sich die Lage der Pressefreiheit am stärksten verschlechtert hat. Der Einfluss von Regierungen auf Rundfunkanstalten nimmt deutlich zu – verstärkt in Ländern wie Polen und der Türkei sowie auf dem **Balkan**. In den Balkanländern werden die nationalen Medien von meist autoritären Regimes kontrolliert, die mit Lizenzvergaben, der Verteilung staatlicher Werbeetats oder juristischen Mitteln kritische Berichterstattung eindämmen. Zudem nehmen sowohl in Osteuropa als auch Südosteuropa die Versuche russischer Einflussnahme über Propagandaberichte spürbar zu. Die DW wendet sich in den europäischen Zielländern verstärkt über digitale Plattformen an junge Zielgruppen. Hierzu werden die Angebote auf *Facebook*, *Twitter* und *Youtube* kontinuierlich mit Erfolg ausgebaut. Für die Nutzer ist die unabhängige Berichterstattung der DW eine willkommene Alternative zu den nationalistisch und von Pressezensur geprägten Nachrichten vieler regionaler Anbieter. Dies gilt insbesondere für Albanien. Hier ist die DW derzeit das einzige europäische Medium, das in den Hauptsprachen des Konfliktraums westlicher Balkan präsent ist. Die DW beabsichtigt auch über die Einrichtung eines Büros in Sarajevo der Bedeutung der Region für ihr Angebot Rechnung zu tragen.

Das mit Projektmitteln des *Auswärtigen Amtes* ermöglichte digitale DW-Projekt *Balkan Booster* fördert seit 2017 einen interethnischen Dialog sowie die Pressefreiheit über die Vermittlung besonderer Medienkompetenz. Hierfür reisen junge Protagonisten vor allem aus den Ländern des Westbalkans in ihre jeweiligen Nachbarstaaten. Die dokumentierten Erlebnisse werden über die digitalen DW-Angebote verbreitet.

Mit Blick auf die geringe Zahl medialer Angebote für junge Menschen auf dem Balkan flankiert die DW Akademie das journalistische Angebot der DW, beispielsweise durch die Entwicklung von Jugendformaten bei lokalen Partnern. Aufgrund der in der Region besonders virulenten Themen wie Hasssprache und Desinformationen setzt sich die DW Akademie auch hier für einen kritischen Umgang mit Medieninhalten ein.

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

2.4 Sprachübergreifende Projekte und Maßnahmen

Die DW prägt die mediale Präsenz Deutschlands in der Welt und hat den Anspruch, verstärkt zur internationalen Medienagenda beizutragen. Diese Aufgabe erfüllt sie unter anderem durch sprachübergreifende Angebote und Projekte wie beispielsweise das ***Global Media Forum (GMF)***, die jährlich stattfindende internationale Medienkonferenz. Das *Global Media Forum 2019* konnte dank einer klaren Programmstruktur und einer deutlichen Fokussierung auf journalistische Themen sein Profil schärfen – mit Erfolg: 2019 besuchten 2.200 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus 122 Ländern, darunter 560 Journalistinnen und Journalisten, die in ihrer Art einzigartige Veranstaltung. Fast 1,8 Millionen Menschen haben Informationen über diverse Social-Media-Kanäle zum *GMF* erhalten.

Starker neuer Partner des *Global Media Forums* ist das Land Nordrhein-Westfalen. Dank der finanziellen Unterstützung des Landes NRW kann das *GMF* nun weiter gestärkt werden und sich als eine der wichtigsten internationalen Medienkonferenzen etablieren. Gleichzeitig bietet es dem Land NRW die Möglichkeit, sich einem globalen Publikum als innovativer Medienstandort zu präsentieren. Das unter dem Motto *Shifting Powers* veranstaltete *Global Media Forum 2019* konnte international renommierte Speaker gewinnen. Den Auftakt der Veranstaltung machte ein Live-Interview per Video-Schalte mit dem Bundespräsidenten Frank-Walter Steinmeier und dem Intendanten der Deutschen Welle, Peter Limbourg, über die Zukunft des Journalismus. Insgesamt prägten kürzere, dynamische und divers besetzte Talk-Runden die Veranstaltung. Netzwerk-Events, wie zum Beispiel Speed-Dating, Science Slam und ein Bootcamp für Medien-Startups schufen zusätzliche Gelegenheiten für den Austausch der Teilnehmer.

Der Freedom of Speech Award wurde im Rahmen des diesjährigen *GMF* der mexikanischen Investigativ-Journalistin Anabel Hernández verliehen.

Das *Global Media Forum 2020* wird unter dem Motto *Pluralism, Populism, Journalism* veranstaltet.

Als Gesellschafterin des jährlich stattfindenden ***Bonner Beethovenfestes*** unterstützt die DW die Veranstaltung mit Blick auf deren internationale Wahrnehmung. Mit der gleichen Zielsetzung fördert sie als strategische Partnerin des Beethovenfestes ebenfalls Aktivitäten rund um das *Beethoven-Jahr 2020*. Die DW führt mehrere durch Fördermittel unterstützte Projekte durch. Dazu zählt die Dokumentarfilm- und Multimediaproduktion *Beethovens Neunte – Symphonie für die Welt*. Der 90-minütige Film und die zugehörigen Online-Angebote zeigen die bis heute ungebrochene gesellschaftliche und musikalische Relevanz von Beethovens bekanntestem Werk auf allen Kontinenten. Drehorte waren u.a. Osaka, Shanghai, Kinshasa und Sao Paolo. Darüber hinaus plant sie ein Multimediaprojekt zum *Beethoven Pastoral Project*. Im Rahmen des Projekts sollen fünf Musiker bzw. Ensembles auf fünf Kontinenten vorgestellt werden, die an dem Projekt teilnehmen. Die Videos sollen u.a. als Grundlage für TV-Beiträge in Magazinen und News dienen und auf dw.com sowie in sozialen Medien platziert werden.

Mit Blick auf die Herausforderungen, denen sich Auslandssender gleichermaßen gegenüber sehen, hat die DW ihre Kooperation mit *France Médias Monde* (*FMM*) gestärkt: ***ENTER!*** lautet der Arbeitstitel für ein digitales, multimediales und mehrsprachiges Angebot, das die DW zusammen mit *FMM* für junge Menschen in Europa plant. Das Angebot soll insbesondere EU-kritische, eher bildungsferne junge Menschen in zumeist ländlichen Regionen Europas ansprechen. Das Ziel: europaweit relevante Themen, die junge Menschen betreffen und bewegen, ins Gespräch zu bringen und verständlich zu machen. Das Projekt will das Bewusstsein fördern für das Geschehen in anderen europäischen Ländern und deren Zusammenspiel mit

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

der EU. Entstehen soll ein innovatives digitales Angebot, das mit den Methoden der traditionellen Medien bewusst bricht und einen Beitrag zur Belebung des europäischen Kommunikationsraums leistet. Das im Rahmen des deutsch-französischen Kooperationsvertrags von Aachen zu Beginn dieses Jahres initiierte Projekt steht unter Finanzierungsvorbehalt. Es könnte aus Mitteln der EU finanziert werden, wenn Deutschland und Frankreich auch eigene Beiträge leisten.

Darüber hinaus haben DW und *FMM* verschiedene **Programmprojekte** im Vorfeld der **Europawahl** kooperativ gestaltet. In Zusammenarbeit mit dem französischen Auslandssender wurden zahlreiche Formate entwickelt, wie beispielsweise eine digitale Serie von 28 Porträts junger Erstwählerinnen und Erstwähler in den Ländern der Union oder eine kooperativ gestaltete Debattensendung in Brüssel.

Angesichts der fortwährend virulenten Flüchtlings- und Migrationsthematik wird ein weiteres Kooperationsprojekt fortgeführt: ***InfoMigrants***, eine Nachrichten- und Informationsplattform für Migranten, Geflüchtete und Asylbewerber, die im März 2017 als Kooperationsprojekt zwischen DW, *FMM* und der italienischen Nachrichtenagentur *Agenzia Nazionale Stampa Associata* (*ANSA*) entstanden ist, zielt darauf ab, Flüchtlingen und Migranten verlässliche Informationen zu bieten – als Gegengewicht zu der Vielzahl an Desinformationen über Fluchtbedingungen und das Leben von Migranten in Europa. Über alle Plattformen hinweg erreichte das Angebot insgesamt 37 Millionen Nutzerinnen und Nutzer. Zusätzlich zu den bestehenden Angeboten ist ein *Telegram*-Account in Dari und Paschtu geplant. Das Projekt wird finanziert und unterstützt durch die EU-Kommission. Auch der intensive Programmaustausch sowie die technischen und organisatorischen Kooperationen mit den Partnern werden fortgesetzt.

Auch die **Kooperation mit den ARD-Landesrundfunkanstalten, dem ZDF sowie dem Deutschlandradio** wird fortgesetzt. So wird die Kooperation im Rahmen der Strukturreform der ARD fortgeführt, beispielsweise bei dem SAP-Projekt. Hierbei geht es um die Vereinheitlichung IT-basierter Geschäftsprozesse. Im Rahmen dieses Projekts wird u. a. eine Grundlage geschaffen für die Zusammenlegung von standardisierten Teilaufgaben in Rundfunkanstalten.

Als moderne und **wettbewerbsfähige Arbeitgeberin** sieht es die Deutsche Welle als wichtige Aufgabe an, die Eigenverantwortlichkeit und Selbstorganisation ihrer Mitarbeitenden zu stärken. Ein vermehrter und systematischer Einsatz von Angeboten wie flexible Arbeitszeitmodelle und mobiles Arbeiten sollen Mitarbeitenden eine gute Work-Life-Balance ermöglichen. Für längere Auszeiten vom Berufsleben bietet die DW als neues Arbeitszeitmodell das Sabbatical an. Zudem gilt es, die Unternehmenskultur stetig zu verbessern. Um Führungskräfte und Mitarbeitende auf die Herausforderungen digitalen, kollaborativen Arbeitens angemessen vorzubereiten, stärkt die DW Ansätze wie Digital Leadership, Flex-Office (Flexible Office) sowie 270 Grad-Feedback-Verfahren.

Um schnell und flexibel auf neue Entwicklungen reagieren zu können, hat die DW weitere Maßnahmen zur Etablierung eines **Innovationsmanagements** ergriffen. Das bereits 2017 eingerichtete ***DW Lab***, in dem die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit bei der Entwicklung von digitalen journalistischen Innovationen gefördert wird, hat neue Formen der Ideengenerierung entwickelt. Anlässlich so genannter *Ideation Days* erarbeiten interdisziplinäre Teams jeweils einen Tag lang Ideen, die im Lab als Prototypen umgesetzt werden können. Darüber hinaus hat die DW ihre Aktivitäten im Bereich **Wissensmanagement** ausgebaut und

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

die diesbezügliche Zusammenarbeit mit der DW Akademie intensiviert. Ziel ist es, das vorhandene Wissen und Know-how der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zugänglich zu machen und vor allem den Wissenstransfer zu digitalen Themen zu ermöglichen. Besonders hervorzuheben sind die Veranstaltungen *Minds Exchange* und *Mindspiration Days*, in denen interne und externe Expertinnen und Experten ihre Arbeit vorstellen oder gezielt Themen referieren. Mitarbeitende bekommen hier die Möglichkeit, sich mit Kolleginnen und Kollegen zu vernetzen und ihr Know-how im Rahmen von Workshops und Kursen auszubauen.

Die DW ist als internationale Informationsanbieterin aktiv in der Kommunikation von Umwelt- und Sozialthemen in zahlreichen multimedialen Programmangeboten ihrer 30 Sendesprachen. Um den Herausforderungen einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung zu begegnen, weitet die DW das unternehmensinterne **Nachhaltigkeitsmanagement** aus und verankert es noch systematischer im Alltagshandeln. Hierzu hat sie 2018 die Abteilung Nachhaltigkeits- und Verwertungsmanagement eingerichtet. Ausgehend von zentralen Themen, bei denen die DW den größten ökologischen und sozialen Fußabdruck generiert, wird sie Maßnahmen ergreifen, die zur größtmöglichen Verbesserung beitragen.

3 Finanzieller Rahmen

Die Deutsche Welle finanziert sich durch den Zuschuss des Bundes sowie in geringerem Umfang durch Projektförderungen des Bundes und anderer Mittelgeber.

Im Jahr 2019 beträgt der Bundeszuschuss aus dem Etat der *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien* 350,5 Millionen Euro. Damit ist der Bundeszuschuss gegenüber dem Vorjahr um 7,3 % gestiegen. Bezüglich der Projektförderungen kann noch kein finaler finanzieller Rahmen genannt werden, denn häufig werden Projektanträge erst im Laufe des Wirtschaftsjahres bewilligt. Die Maßnahmen der projektfinanzierten DW Akademie im Rahmen der Medienentwicklung werden überwiegend durch das *Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung* (*BMZ*, 24 Millionen Euro) sowie durch das *Auswärtige Amt*, die EU und andere Mittelgeber (zusammen rund 10 Millionen Euro) finanziert.

Der Mittelzuwachs im Betriebshaushalt der DW wurde im Wesentlichen zur Finanzierung der Tarifsteigerung 2018/19, zum Aufbau des türkischsprachigen *Youtube*-Kanals *+90* sowie zur Stärkung des bestehenden Programmangebots verwendet. Auch sind die Verhandlungen mit der *Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte* (*GEMA*) sowie der *Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH* (*GVL*) noch nicht beendet, so dass hier mit Nachforderungen für die Vorjahre zu rechnen ist. Im Investitionshaushalt wurden insbesondere Digitalisierungsprojekte, die Regieautomation, das neue Videoproduktionssystem (NVPS), IT-Sicherheitsprojekte, Office 365, Vorstudien für das neue ERP-/SAP-System, die Infrastruktur für den Türkischen Kanal sowie diverse weitere notwendige Maßnahmen veranschlagt.

Für das Jahr 2020 ist gemäß dem Regierungsentwurf der *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien* erfreulicherweise ein Zuschuss in Höhe von 365,5 Millionen Euro (+ 4,3 %) für die DW vorgesehen. Zudem wird der Stellenplan ab 2020 voraussichtlich zum ersten Mal seit vielen Jahren um 100 Stellen erhöht werden, das entspricht einer Steigerung von rund

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

8 %. Die Stellenmehrung macht es möglich, dass Arbeitsverträge von befristeten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern entfristet bzw. freie Mitarbeitende in befristete Anstellungsverhältnisse übernommen werden können, so dass dadurch arbeitsrechtliche Risiken der DW gemindert werden. Die Stellen sind insbesondere für schwierige Arbeitsmarktbereiche wie beispielsweise die IT notwendig. Hier gilt es, qualifiziertes Personal durch unbefristete, reguläre Arbeitsverhältnisse zu binden bzw. neues Personal zu rekrutieren.

Das *Auswärtige Amt* hat in Vorgesprächen bereits signalisiert, sich voraussichtlich wieder in einem ähnlichen Umfang wie in den vergangenen Jahren (rund 6 bis 7 Millionen Euro) an den Programmprojekten der DW beteiligen zu wollen. Zusätzlich zu den Programmprojekten fördert es Projekte der DW Akademie und unterstützt das *Global Media Forum*.

Die finanzielle Herausforderung für die kommenden Haushaltsperioden wird sein, neben den weiter steigenden Kosten für festes Personal und Altersversorgung (in 2020 rund 7,2 bis 9,3 Millionen Euro Mehrbedarf), die aufgrund der erfreulichen Entwicklung der Bundesmittel vorangetriebenen Programmprojekte der DW dauerhaft zu unterhalten. Als wichtigstes Beispiel sei der türkische *Youtube*-Kanal *+90* genannt. Darüber hinaus ist die DW bestrebt, die Regionalisierung der Programmangebote und des Korrespondentennetzes weiter auszubauen sowie neue Büros und Studios einzurichten, sofern dies durch weitere Budgetumschichtungen und Hebung zusätzlicher Synergien finanzierbar ist. Programmliche Spielräume werden hingegen eingeschränkt beispielsweise durch die finanziellen Mehrbelastungen aus der rückgedeckten Altersversorgung bei der Baden-Badener Pensionskasse in den Jahren 2019 und darüber hinaus. Ursache ist die vorherrschende Niedrigzinsphase, durch die die Erträge aus Kapitalanlagen rückläufig sind.

Die Schwerpunkte der Investitionen für 2020 werden in den Bereichen Digitalisierung, Modernisierung der technischen Infrastruktur (z.B. durch ein neues Netzwerk), Ablösung von nicht mehr zeitgemäßen und instabilen Systemen wie beispielsweise dem Videomanagementsystem sowie IT-Sicherheit liegen. Hinzu kommt die Beteiligung an der großen ARD-weiten Umstellung des ERP-Systems auf das neue SAP-System (Projekt „(D)ein SAP“).

Weitere Maßnahmen werden im Rahmen der Budgetaufstellung 2021 geprüft, insbesondere die Frage möglicher Übernahmen von Programmprojekten in den Regeletat der DW.

4 Ausblick

Die in der Aufgabenplanung 2018 bis 2021 beschriebenen Ziele und Schwerpunkte haben weiterhin Bestand. Mit Blick auf die unter den Aspekten sich verschärfenden Wettbewerbs und wandelnder Bedürfnisse der Zielgruppen zunehmend bedeutende **Regionalisierung** von Angeboten, wird die DW den Anteil originärer und exklusiver Inhalte, die eine hohe Relevanz für die Zielgruppe haben, weiter erhöhen. Sie werden zunehmend in Koproduktion mit Partnern und/oder vor Ort erstellt. Im Rahmen ihrer Möglichkeiten wird sie vermehrt investigative Recherchen durchführen und die Produktion vor Ort ausbauen. Essenziell hierfür ist die bereits begonnene Ausweitung ihres **Korrespondentennetzes** sowie die Einrichtung weiterer **Studios und Büros**. Geplant sind darüber hinaus weitere gemeinsame Büros mit der DW Akademie. Diese sollen sowohl zu einer stärkeren Vernetzung der DW und ihrer Akademie vor Ort sowie mit lokalen Partnerorganisationen beitragen. Geplant sind die Vertiefung des Austauschs zu investigativem Journalismus sowie konfliktsensibler Berichterstattung. Die DW Akademie setzt im Rahmen der Weiterentwicklung ihrer Digitalstrategie insbesondere auf innovative digitale Angebote sowie E-Learning-Plattformen. Einen weiteren Fokus wird die DW

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.

Akademie auf Funktionsweise und Störungen digitaler Diskurse sowie die Ausübung der Menschenrechte im Internet (*Digital Rights*) richten.

Den weltweit zunehmend verbreiteten Phänomenen **Propaganda, *Fake News* bzw. gezielter Desinformation** begegnet die DW durch unabhängige Informationen und verlässliche Fakten. Als zunehmend bedeutsame journalistische Schlüsselqualifikation erweist sich hierbei die Fähigkeit zur **Verifizierung** von Inhalten. Dieser wird die DW künftig – auch durch den Einsatz geeigneter technischer Tools - eine noch höhere Bedeutung beimessen.

Weltweit hat sich die Lage der Pressefreiheit in den vergangenen Jahren zunehmend verschlechtert. Damit die DW-Online-Angebote auch in zensurbelasteten Ländern erreichbar sind und die DW flexibel auf Internetblockaden reagieren kann, wird die verstärkte Zusammenarbeit mit Anbietern von Zensur-Umgehungssoftware angestrebt. Außerdem ist geplant, eine Zensur-Umgehungsfunktion in die eigene DW App einzubauen, um diese beispielsweise in China und dem Iran nutzen zu können, also in Ländern, in denen der Zugang zu Online-Angeboten der DW gesperrt ist.

Ein weiterer Schwerpunkt wird das automatische Erkennen von Internet-Blockaden von DW-Angeboten sein. Mit einem sogenannten Zensur-Monitoring-System soll zukünftig automatisch erkannt werden, wenn die DW-Webseite in einem bestimmten Land gesperrt ist bzw. der Zugang behindert wird. Die DW kann dann zielgerichtet mit Maßnahmen zur Zensurumgehung reagieren oder auf verfügbare Plattformen ausweichen.

Die DW wird ihre Anstrengungen im Bereich IT- und Cybersicherheit insgesamt weiter intensivieren. Hierzu gehören neben technischen Maßnahmen auch die Bildung einer eigenen Organisationseinheit für IT- und Cyber Security sowie die weitere Sensibilisierung aller Mitarbeitenden der DW.

Die eingangs aufgezeigten Nutzungserfolge im Digitalen zeigen, dass sich die DW mit der Umsetzung ihrer Digitalstrategie auf dem richtigen Weg befindet. Mit dem Ziel, diese Erfolge nicht nur zu verstetigen, sondern zu steigern, wird sie die Digitalisierung der Produktion und Distribution der Angebote konsequent weiterverfolgen und ausbauen. Dabei folgt sie der Maxime: „Alle Kräfte richten sich auf die Ausspielwege, mit denen die meisten Menschen der Zielgruppe erreicht werden.“ Bei all ihren strategischen Entscheidungen zur Favorisierung von Ausspielwegen wird die DW stets darauf achten, sich nicht von nur wenigen bzw. einer exklusiven Plattform abhängig zu machen. Der Fokus auf die Präferenzen der Zielgruppen kann auch dazu führen, dass die DW ihre eigenen Plattformen künftig nicht wie ursprünglich angedacht umfangreich stärkt.

Die DW legt Wert darauf, neue Akzente zu setzen – auch mit Blick auf **modernes Führungsverhalten**. In Zeiten der Digitalisierung ist dies Voraussetzung für ein erfolgreiches Bestehen in der Zukunft. Digitalisierung bedeutet weit mehr als technische Tools – es geht um die Haltung, das Mindset aller Mitarbeitenden, inklusive der Führungskräfte. Daher wird die DW ihre Initiativen zur Förderung des kollaborativen, eigenverantwortlichen, iterativen Arbeitens intensivieren und die Führungskultur in der DW entstprechend weiterentwickeln.

Vorabfassung – wird durch die endgültige Fassung ersetzt.